



SME's PERFORMANCE DAN PRODUCT INNOVATION PADA UMKM KULINER DI KABUPATEN KUDUS: PENGARUH TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP DAN ENTREPRENEUR ORIENTATION

KEKE TAMARA FAHIRA
FARIDHATUN FAIDAH
HUTOMO RUSDIANTO
DENNYCA HENDRIYANTO NUGROHO

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
Gondangmanis Kecamatan Bae Kabupaten Kudus Jawa Tengah 59324

Article History:

Received : 2023-10-13

Revised : 2023-10-19

Accepted : 2023-11-09

Published : 2024-01-03

Corresponding author:

Cite this article:

Fahira, K. T., Faidah, F., Rusdianto, H., & Nugroho, D. H. (2024). SME's Performance dan Product Innovation Pada UMKM Kuliner di Kabupaten Kudus: Pengaruh Transformational Leadership Dan Entrepreneur Orientation. *Keunis*, 12(1), 31-43.

DOI:

10.32497/keunis.v12i1.5052

Abstract: *The aims this research to test of transformational leadership and entrepreneurial orientation on SME's Performance through product innovation. Small and Medium Enterprises are one of the pillars and strengths that contribute to the Indonesian economy. The number of MSMEs in Kudus Regency is the lowest among the surrounding cities, only 990 MSMEs. MSMEs must be able to navigate changes in their business environment, which requires leaders who can take appropriate action. It is necessary to apply leadership styles, such as transformational leadership and innovate to improve the performance of MSMEs. Through Product Innovation and Entrepreneur Orientation, then MSMEs can keep up with developments in the era so they can present superior products that have a greater chance of attracting consumers. Data analysis uses the AMOS Structural Equation Model (SEM) using validity tests, reliability tests, classical assumption tests which include confirmatory factor analysis normality tests, full measurement models, hypothesis tests and intervening tests. The results of this research are that transformational leadership and entrepreneurial orientation have a significant positive effect on SME's Performance. However, transformational leadership and entrepreneurial orientation have an insignificant positive effect on product innovation. Product innovation is able to partially mediate transformational leadership and entrepreneurial orientation on SME's Performance.*

Keywords : SME's Performance, Product Innovation, Transformational Leadership, Entrepreneur Orientation, SME's

Abstrak: Tujuan dalam penelitian ini untuk menguji kepemimpinan transformasional dan orientasi kewirausahaan terhadap SME's Performance melalui *product innovation*. Usaha Kecil dan Menengah merupakan salah satu pilar dan kekuatan yang berkontribusi terhadap perekonomian Indonesia. Jumlah UMKM di Kabupaten Kudus merupakan yang paling rendah di antara kota di sekitarnya hanya sebanyak 990 UMKM. UMKM harus mampu menggarungi perubahan yang ada pada lingkungan usahanya di mana hal ini diperlukan pemimpin yang dapat mengambil tindakan yang tepat. Perlu menerapkan gaya kepemimpinan, seperti *transformational leadership* dan melakukan inovasi untuk meningkatkan kinerja UMKM nya. Melalui *Product Innovation* dan *Entrepreneur Orientation* maka UMKM bisa mengikuti perkembangan era supaya mampu menghadirkan produk unggulan yang memiliki peluang lebih besar untuk menarik konsumen. Analisis Data menggunakan *Structural Equation Model (SEM) AMOS* dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas *confirmatory factor analysis*, *Full measurement model*, uji hipotesis dan uji intervening. Hasil penelitian kepemimpinan transformasional dan *entrepreneur orientation* berpengaruh positif signifikan terhadap SME's Performance. Namun kepemimpinan transformasional dan *entrepreneur orientation* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *product innovation*. *Product innovation* mampu me mediasi secara parsial kepemimpinan transformasional dan *entrepreneur orientation* terhadap SME's Performance.

Kata kunci : SME's Performance, Product Innovation, Transformational Leadership, Entrepreneur Orientation, UMKM

PENDAHULUAN

Potensi yang ada di setiap daerah adalah keberadaan Usaha Kecil Menengah (UKM), dimana ini merupakan kekuatan dan pilar yang berkontribusi terhadap pertumbuhan perekonomian di Indonesia. UKM dianggap sangat penting bagi kontributor pembangunan ekonomi, khususnya dalam hal penyediaan lapangan kerja serta menghasilkan pendapatan dan kesempatan kerja untuk banyak rumah tangga (Mohammad et al., 2019). UMKM di Indonesia telah meraih angka 99% dilihat dari jumlah unit usaha secara menyeluruh, UMKM juga memiliki kontribusi sebanyak 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto dan sebanyak 96,9% pada penyerapan tenaga kerja nasional (LPPI, 2022). Berikut ini data UMKM Kabupaten Kudus dan sekitarnya pada tahun 2022.

Tabel 1. Data UMKM Kabupaten Kudus dan sekitarnya Tahun 2022

No	Kab/Kota	Jumlah UMKM
1	Kabupaten Demak	13021
2	Kabupaten Semarang	2655
3	Kabupaten Jepara	1915
4	Kabupaten Pati	1823
5	Kabupaten Kudus	990

Sumber : (UKM, 2023)

Berdasarkan pada tabel 1. jumlah UMKM di Kabupaten Kudus memiliki jumlah yang paling rendah di antara yang lainnya yaitu 990 UMKM. Jumlah UMKM terbanyak yaitu di Kabupaten Demak dengan 13.021 UMKM. Kemudian, terbanyak kedua adalah di Kabupaten Semarang dengan jumlah UMKM 2.655. Terbanyak ketiga adalah di Kabupaten Jepara yaitu sebanyak 1.915 UMKM. Kemudian, di Kabupaten Pati sebanyak 1.823 UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa di kabupaten Kudus, masyarakat masih belum begitu mementingkan dan memberdayakan diri untuk berwirausaha serta memajukan kinerja UMKM nya bagi yang telah memiliki usaha. Sehingga hal ini perlu untuk di amati karena banyaknya kesempatan untuk menjadi wirausaha di Kabupaten Kudus sangat terbuka lebar, namun ternyata jumlah pendiri UMKM masih sedikit. Bangkitnya UMKM dapat menjadi sesuatu yang sangat penting yaitu untuk garda terdepan dalam mendorong pemulihan ekonomi nasional.

Permasalahannya ada pada cara pemilik usaha dalam memimpin dan menjalankan usahanya. Tak hanya itu, UMKM di Kabupaten Kudus perlu pemimpin yang memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk memimpin. Pengetahuan dimaksudkan yaitu tentang pentingnya kinerja UMKM untuk jangka panjang. Selain itu kemampuan untuk dapat memimpin sendiri, maka harus menerapkan model kepemimpinan transformasional. Apabila penerapan model ini baik maka bisa meningkatkan kinerja UMKM. Hal ini dikarenakan dengan model pemimpin seperti itu maka kebersamaan dan komitmen antar pegawai bisa menciptakan motivasi baru dan *sense of belonging* di lingkungan tempat kerja (Arifin et al., 2021). Darma, (2021) menyatakan bahwa ada lain hal yang belum dikerjakan oleh seorang pemimpin adalah penerapan konsep orientasi wirausaha ke dalam usahanya. Konsep ini dikenal dengan prinsip pada saat berorientasi wirausaha diantaranya sikap pro-aktif untuk persaingan antar usaha, pengambilan risiko tinggi agar memperoleh keuntungan besar, serta inovasi produk. Melalui tingkat orientasi kewirausahaan yang tinggi dapat memantau kegiatan berwirausaha untuk menemukan peluang baru dan memperkuat posisi kompetitifnya.

Banyak tantangan yang menghambat kinerja UKM, seperti tidak adanya inovasi produk; keterampilan pemasaran dan manajerial tingkat rendah; dukungan keuangan; dan kompetensi (Joshua & Tjakrawala, 2022). Seorang pimpinan juga harus membuat inovasi untuk menambah peningkatan kinerja UMKM nya. Melalui inovasi produk maka UMKM dapat mengikuti perkembangan era agar produknya tetap eksis. Kabupaten Kudus memiliki begitu banyak tempat untuk dikunjungi salah satunya adalah wisata religi di Sunan Muria dan Sunan Kudus. Hal tersebut yang menyebabkan bisnis kuliner di kota Kudus cukup banyak. Dalam penelitian ini, masalah akan dipecahkan dengan melakukan pendekatan penerapan gaya kepemimpinan transformasional pada usahanya, memiliki jiwa orientasi kewirausahaan yang tinggi serta performa inovasi produk yang maksimal agar kinerja UMKM meningkat.

State of the art kajian mengenai penerapan gaya kepemimpinan telah banyak dibahas pada penelitian terdahulu. Penerimaan tentang gaya kepemimpinan yang baik akan dapat terwujud ketika antara konsumen dengan pihak UMKM maksimal dalam meningkatkan kinerja produk dan kinerja UMKMnya. Penelitian sebelumnya yang dilakukan hanya sebatas melihat peranan gaya kepemimpinan secara umum terhadap kinerja UMKM oleh Noor Kurniyati (2018) tanpa melihat pentingnya orientasi kewirausahaan dan performa inovasi produk yang menjadi hal penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Adapun keterbaruan dalam penelitian yaitu menambah variabel Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kinerja UMKM di

Kabupaten Kudus. Tak hanya itu bahwa sampel dalam penelitian sebelumnya hanya terbatas pada satu UMKM saja, namun dalam penelitian ini sampel adalah seluruh pemilik usaha UMKM Kuliner di Kabupaten Kudus. Dari perumusan masalah tersebut, kemudian didapatkan pertanyaan penelitian bagaimana *Transformational Leadership dan Entrepreneur Orientation* berpengaruh terhadap *SME's Performance* melalui *Product Innovation* Sebagai Variabel Intervening.

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Kepemimpinan Transformasional

Kepemimpinan Transformasional berfokus pada pencapaian kinerja yang harus melebihi harapan. Dalam suatu usaha maka memiliki seorang pemimpin yang transformasional akan bisa meningkatkan motivasi terhadap para pegawainya. Semu aini karena pemimpin yang memotivasi memiliki nilai intelektualitas yang tinggi serta hubungan yang baik dengan para pegawai. Hal ini lah yang membuat mudahnya berbagi ilmu dan pengetahuan dengan para pegawai. Perilaku yang harus dihadirkan dari seorang pemimpin yang transformasional yaitu menginspirasi, memotivasi, menstimulasi intelektualitasnya, memiliki pengaruh ideal serta pertimbangan individu. Kepemimpinan ini bisa memotivasi yang di pimpinnya agar bisa memiliki pola pikir yang kreatif dan inovatif, selalu melibatkan pegawai pada saat mengambil sebuah keputusan, menginspirasi pegawai untuk lebih mengembangkan potensi. Kepemimpinan transformasional diyakini lebih memberikan pengaruh positif bagi suatu usaha. Kepemimpinan ini sangat mungkin untuk dapat mencapai kinerja yang melebihi harapan (Lewaherilla et al., 2022).

Entrepreneur Orientation

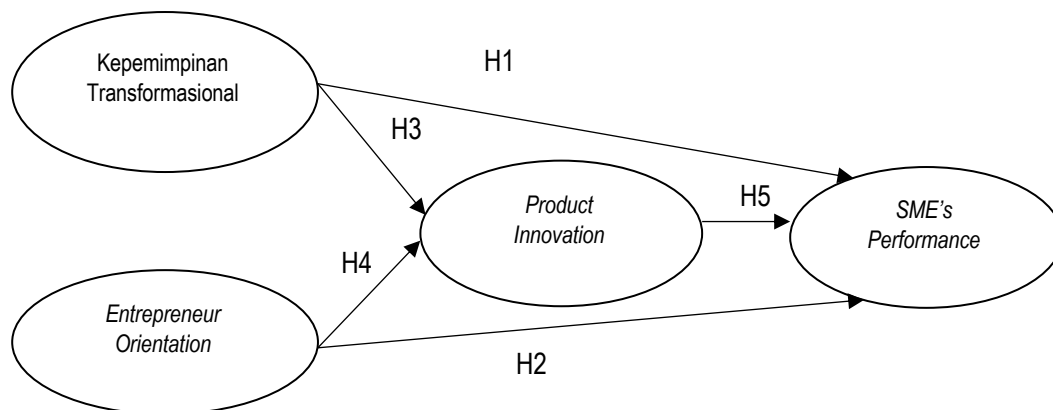
Tahap pengembangan strategi yang menjadi panduan bagi suatu usaha untuk terus berinovasi, pro aktif terhadap pasar dan berani dalam pengambilan resiko investasi adalah orientasi kewirausahaan. Kecenderungan suatu usaha untuk ide, kreativitas dan pengalaman yang baru merujuk pada pengembangan dan modifikasi produk, layanan dan bahkan teknologi baru. Pro aktif terhadap pasar tergambarkan melalui suatu usaha memiliki tindakan untuk kebutuhan masa depan usahanya dan berusaha mendapatkan peluang bisnis baru. Dilakukan dengan cara mengenalkan layanan yang cukup inovatif serta berupaya punya untung dari posisi *pioneer* baru. Manajemen yang bersedia untuk melakukan investasi suatu usaha dengan tingkat ketidakpastian yang tinggi dan hasil yang belum pasti wujud dari toleransi resiko (Louis Hans Joshua & Tjakrawala, 2022). Semua orang bisa berperilaku seperti seorang wirausaha, namun hanya yang mempunyai karakteristik dan jiwa wirausaha yang bisa mempergunakan untuk meraih suksesnya berwirausaha. Orientasi kewirausahaan memiliki 3 dimensi yaitu inovasi, pro-aktif dan mencari resiko. Sejauh mana para owner mau menerima risiko yang berhubungan dengan usahanya, memberi *support* dalam hal berinovasi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif bagi usahanya dan bersaing secara agresif dengan usaha lainnya.

Product Innovation

Suatu usaha yang akan memperkenalkan jenis produk nya ke pasar, akan memiliki pangsa pasar yang lebih lebar dari pesaing. Dalam hal ini tentunya inovasi memiliki peranan yang cukup penting dalam perkembangan usaha. Inovasi yang dapat dilakukan yaitu inovasi produk dan inovasi tenaga kerja. Inovasi ini di maksudkan memberikan sesuatu hal baru kepada para pegawai yang kinerjanya inovatif. Inovatif dalam hal ini adalah dapat menciptakan, mempromosikan dan menerapkan ide baru bermanfaat untuk meningkatkan produk dan layanan suatu usaha. Dengan inovasi maka akan dapat mengeksplorasi perubahan sebagai suatu kesempatan dalam menjalankan bisnis yang berbeda. Inovasi produk yang dilakukan oleh seorang wirausahawan harus adaptif terhadap selera kosnumen. Inovasi produk yang dibuat guna mempertahankan kelangsungan usaha seiring dengan persaingan antar usaha yang semakin ketat (Jannah Miftakhul et al., 2019).

SME's Performance

Hasil dari kegiatan usaha yang terukur dengan keterbatasan sumber daya suatu usaha adalah kinerja UMKM. Pada saat suatu usaha mampu mendapatkan pencapaian dengan keterbatasan orangnya maka dapat dibilang jika performa UMKM tersebut baik. Kinerja dapat ditinjau dari dua sudut pandang yaitu keuangan dan non-keuangan (Walenta, 2019). Kinerja UMKM dihitung melalui perkembangan perusahaan dan kepuasan pelanggan. Volume penjualan, pangsa pasar, dan tingkat pertumbuhan penjualan juga di hitung. Bahkan kinerja keuangan seperti leverage, rasio likuiditas, rasio profitabilitas dan efisiensi, dan rasio nilai pasar. Pengertian kinerja UMKM ini acuannya adalah pada tingkatan pencapaian usaha dari periode waktu tertentu.



Sumber: Aliedan et al. (2022); Maziti et al. (2018); Mostaghel et al. (2019)

Gambar 2 Kerangka Konseptual

HIPOTESIS

Penerapan gaya kepemimpinan transformasional dapat menjadi pilihan para pemilik UMKM untuk meningkatkan kinerja usahanya. Peningkatan kinerja usaha ini meliputi finansial yang termasuk di dalamnya adalah profitabilitas. Sedangkan dari sisi non finansial yaitu terciptanya lingkungan kerja yang baik baik karyawan, sehingga karyawan akan merasa nyaman dan tentunya efisiensi terhadap kinerja usahanya akan meningkat pula (Louis Hans Joshua & Tjakrawala, 2022).

Hipotesis 1: *Transformational Leadership* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *SME's Performance*

Kecenderungan untuk membuat inovasi produk baru, pro aktif terhadap pasar dan berani mengambil resiko dalam memulai atau mengelola usaha adalah bentuk dari orientasi wirausaha. Hasil peneliti sebelumnya bahwa orientasi berwirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha (Pramesti & Giantari, 2016). Kecenderungan untuk bisa berinovasi yang meningkat dapat menjadikan lebih pro aktif dan berani dalam menjalani usaha dan meningkatkan kinerja UMKM.

Hipotesis 2: *Entrepreneur Orientation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *SME's Performance*

Kepemimpinan transformasional dapat memberikan pengaruh positif terhadap inovasi produk. Membagi ilmu dan pengetahuan akan dapat menghasilkan inovasi produk baru bagi suatu usaha. Hal ini mendorong para pegawai untuk lebih kreatif lagi dan menciptakan produk baru sebagai hasil dari inovasi produk. *Sharing knowledge* yang di lakukan dalam suatu usaha apabila dijadikan sebagai suatu kebiasaan dalam hal ini adalah budaya organisasi (usaha UMKM) maka akan meningkatkan inovasi produk baru yang tercipta. Pengetahuan yang dibagikan ini akan memunculkan ide kreatif sehingga berpotensi bentuk inovasi produk akan lebih mungkin terjadi (Malikal Mulki Afdhal & Pradana, 2021)

Hipotesis 3: *Transformational Leadership* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Product Innovation*

Strategi pengembangan usaha untuk terus melakukan inovasi dan aktif di pasar menjadi kecenderungan suatu usaha untuk memiliki ide ide yang inovatif. Pengalaman dan kreativitas baru yang muncul mengarah kepada pengembangan suatu produk pada usaha UMKM. Sehingga dengan memiliki orientasi kewirausahaan yang baik maka akan dapat memiliki pengaruh yang baik pula terhadap inovasi produk yang dilakukan (Boldureanu et al., 2020)

Hipotesis 4: *Entrepreneur Orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Product Innovation*

Dalam perkembangan suatu usaha maka inovasi produk menjadi hal yang cukup penting. Persaingan antar bisnis dapat di Atasi dengan melakukan inovasi produk dan inovasi tenaga kerja. Dengan memberikan arahan dan hal yang berguna bagi karyawan tentu menjadikan nilai tambah bagi usaha tersebut. Sehingga para pegawai yang diberdayakan akan memiliki tindakan yang inovatif sehingga mampu menciptakan dan menerapkan ide baru yang mereka dapatkan. Selain itu para pegawai akan mempromosikan dengan sukarela dan tentunya akan meningkatkan kinerja UMKM (Stahl et al., 2023).

Hipotesis 5: *Product Innovation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *SME's Performance*

UMKM yang mempunyai pemimpin dengan sifat transformasional maka akan mudah dalam hal peningkatan motivasi kepada para pegawainya. Pemimpin dengan intelektualitas yang tinggi serta pandai nya dalam membangun hubungan baik dengan pegawai maka dengan mudah *sharing knowledge* akan tersampaikan

dengan baik. Perilaku dari pemimpin ini dapat menginspirasi, menstimulasi, intelektualitas tinggi dan memiliki pengaruh ideal yang baik. Sehingga dalam meningkatkan kinerja UMKM maka perlu koordinasi yang baik antara karyawan dengan produk yang di jual dalam UMKM tersebut. Agar penjualan produk dapat maksimal maka di perlukan inovasi produk. Hipotesis yang terbentuk adalah kepemimpinan transformasional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *SME's Performance* melalui *Product Innovation* (Noor Kurniyati, 2018)

Hipotesis 6: Kepemimpinan Transformasional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *SME's Performance* Melalui *Product Innovation*

Seseorang yang terlibat dalam proses menciptakan inovasi produk baru, dalam hal ini inovasi produk baru juga di pasarkan maka seseorang ini cenderung memiliki jiwa wirausaha yang baik. Orientasi wirausaha di ukur dengan menggunakan 3 dimensi yaitu inovatif, pro aktif dan pencarian resiko. Berwirausaha yaitu menciptakan sesuatu yang benar – benar baru, relative baru atau bahkan tidak baru namun berbeda dari yang sudah pernah ada. Sehingga orientasi kewirausahaan yang memadai akan bisa meningkatkan kinerja UMKM melalui inovasi produk yang ada di dalam UMKM tersebut (Sitinjak, 2020).

Hipotesis 7: *Entrepreneur Orientation* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *SME's Performance* Melalui *Product Innovation*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis konfirmatori AMOS *Structural Equation Modelling* (SEM). Objek penelitian ini adalah UMKM Kuliner yang ada di Kabupaten Kudus. Variabel Kepemimpinan Transformasional di ukur dengan menggunakan 9 indikator menurut Wang et al., (2018) yaitu (1) Pemimpin menunjukkan tekad yang kuat untuk mencapai tujuan, (2) Pemimpin di tempat usaha membuat para pegawai percaya diri, (3) Membuat pegawai merasa aman di dekat pemimpin, (4) Komunikasi tentang harapan kinerja tinggi dari pemimpin, (5) Menciptakan rasa hormat untuk para pegawai, (6) Pemimpin mampu menyebarkan komitmen emosional, (7) Kejelasan tentang visi di masa depan, (8) Dorongan untuk meningkatkan kemampuan dari pemimpin (9) Mendorong tingkat antusiasme pegawai.

Variabel *Entrepreneur Orientation* di ukur dengan menggunakan 6 indikator menurut Jannah Miftakhul et al., (2019) yaitu (1) Mampu memperkenalkan barang baru, (2) Reaktif atas Tindakan yang kompetitor, (3) Mengadopsi postur kompetitif, (4) Kecenderungan memperoleh keuntungan yang tinggi, (5) Berbagai tindakan tegas yang diambil, (6) Mengambil sikap agresif untuk mengeksplorasi kesempatan yang ada. Variabel *Product Innovation* dengan 6 indikator menurut Nuryakin, (2022) yaitu (1) Mencoba ide – ide yang baru, (2) Selalu mencari cara untuk inovasi produk baru, (3) Kreatif dalam menerapkan metode operasional, (4) Menjadi yang pertama dalam memasarkan produk terbaru, (5) Melakukan inovasi produk yang menarik, (6) Pengenalan produk yang meningkat. *SME's Performance* di ukur dengan menggunakan 5 indikator yaitu (1) Terdapat pertumbuhan penjualan barang, (2) Pertumbuhan laba bersih, (3) Pelanggan membeli kembali barang yang disediakan, (4) Pelanggan puas atas barang yang dijual, (5) Jarang menerima keluhan dari pelanggan (Louis Hans Joshua & Tjakrawala, 2022)

Penentuan Sampel

Populasinya yaitu semua pemilik usaha UMKM di Kabupaten Kudus dengan total 990 UMKM. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria dalam pengambilan sampel. Kriteria yang digunakan adalah UMKM yang bergerak di bidang Kuliner di Kabupaten Kudus. Kriteria lainnya adalah UMKM yang telah berdiri minimal 3 tahun. Penentuan jumlah sampel yang mewakili dapat digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan jumlah indikator dikali 5 hingga 10 (Ferdinand, 2014). Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu $26 \times 6 = 156$ sampel UMKM. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada yang terpilih menjadi sampel di UMKM Kuliner Kabupaten Kudus.

Pengumpulan data

Pengumpulan datanya menggunakan kuesioner dimana itu diisi oleh para responden yakni Pemilik usaha kuliner pada UMKM di Kudus dengan alternatif jawaban singkat pada skala likert yang telah ditentukan.

Metode Analisis Data

Uji Pengukuran Model (*Measurement Model*)

Uji pengukuran model di pergunakan untuk mengukur indikator agar dapat memperlihatkan variabel laten dengan melihat dari pengujian validitas dan reliabilitas dengan konfirmatori. CFA di pergunakan untuk menguji model pengukuran dan factor yang dihipotesiskan yaitu variabel laten. Pada pengolahan SEM AMOS, validitas konvergen dapat dilihat dengan nilai loading factor. Ada nilai *squared multiple correlations*, apabila nilai probabilitas

indikator lebih kecil dari 0,05, maka H0 ditolak. Nilai reliabilitas dengan menggunakan Alfa Cronbach dan ketepatan haruslah lebih besar dari 0,7.

Convergent Validity

Pengukuran besarnya korelasi antara konstruk dengan variabel laten. Pengukuran (indikator) harus memiliki nilai *loading factor* > 0,60 sehingga bisa di justifikasi valid sebagai indicator pengukuran.

Discriminant Validity

Discriminant Validity melalui *cross loading* kemudian membandingkannya dengan nilai AVE dengan kuadrat nilai korelasi antar konstruk. Akar AVE harus lebih besar dari pada atau nilai AVE lebih besar dari kuadrat korelasi antar konstruk.

Confirmatory Factor Analysis (CFA)

Analisis factor confirmatori memungkinkan untuk “mengkonfirmasi” atau “menolak” teori yang telah dihipotesiskan sebelumnya. Sehingga ini di pergunakan untuk uji konfirmasi pada teori yang di ukur, kemudian di kombinasikan dengan teori structural dan digunakan untuk menentukan model SEM. Pengembangan model hipotesis di dasarkan pada kerangka pemikiran teoritis atau peneliti sebelumnya yang digunakan sebagai rujukan.

Uji Normalitas Data

Cut-off value yang digunakan untuk menilai normalitas adalah nilai *skewness* dan *kurtosis* berkisar antara 1.0 hingga 1.5 atau nilai *critical ratio* (c.r) harus memenuhi syarat $-2,58 < c.r < 2,58$.

Uji Struktural Model (Structural Model)

Agar dapat melihat besar kecilnya presentase pada setiap variable endogen yang digunakan untuk model structural yang dijelaskan variable eksogen maka dengan melihat nilai R squares. Selain nilai R-squares, model structural bisa di evaluasi dengan menggunakan signifikansi sebagai dasar untuk menolak atau bahkan menerima H0. Nilai signifikansi yang digunakan yaitu 5% atau $P < 0,05$ serta nilai c.r > 1,96 (Latan., 2013).

Kriteria Goodness of Fit (GoF)

Kriteria GoF secara keseluruhan mengacu pada rekomendasi dari (Latan, 2013) untuk Chi-Square Nilai Acuannya (P) > 0,05, CMIN/df nilai acuannya $\leq 2,00$, RMSEA nilai acuannya < 0,08, CFI nilai acuannya > 0,9, AGFI nilai acuannya > 0,9, PCFI nilai acuannya > 0,6, TLI dan IFI nilai acuannya > 0,9.

Uji Hipotesis

Ha = berpengaruh secara signifikan

H0 = tidak berpengaruh secara signifikan

Menguji hipotesis dengan dibandingkannya nilai F tabel (Ft) dengan F hitung (Fh). Apabila Fh lebih besar sama dengan Ft maka H0 ditolak, dan sebaliknya jika Fh kurang dari sama dengan Ft maka H0 diterima. Agar dapat mengetahui kecil atau besarnya suatu hubungan antar variable maka AMOS menggambarkan pengaruh setiap variabel yang di interpretasikan dalam *direct effect*, *indirect effect* dan *total effect*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden Penelitian

Penyebaran kuesioner dilaksanakan secara online dan offline pada UMKM Kuliner di Kota Kudus. Total keseluruhan responden yang digunakan yaitu 156. Penyebaran kuesioner dilakukan mulai tanggal 12 Agustus 2023. Sehingga diperlukan penyebaran sebanyak 10 kali dalam proses pengumpulan kuesioner.

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jumlah responden yang di teliti yaitu pemilik UMKM terdiri dari 98 responden (62,8%) berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 58 responden (37,2%) berjenis kelamin perempuan.

Responden Berdasarkan Usia

Responden dalam penelitian ini terdiri dari 26 responden (16,7%) dengan berusia 17-21 tahun, 32 responden (20,5%) berusia 22-26 tahun, 46 responden (29,5%) berusia 27-31 tahun dan sebanyak 52 responden (12%) berusia >32 tahun.

Responden Berdasarkan Lama Berdirinya Usaha

Responden dalam penelitian ini terdiri dari 30 responden (19,2%) dengan masa lama berdirinya usaha <1 tahun, 39 responden (25,0%) dengan lama berdirinya usaha 1-2 tahun dan sebanyak 87 responden (55,8%) memiliki lama berdirinya usaha >3 tahun.

Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Kategori ini terdiri dari 37 responden (23,7%) dengan pendidikan SMP/Sederajat, 42 responden (26,9%) dengan tingkat pendidikan SMA/SMK, 15 responden (9,6%) dengan pendidikan terakhir Diploma dan 62 responden (39,7) dengan pendidikan terakhir Sarjana.

Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi Full Model

Uji Normalitas Data

Persamaan structural sensitive terhadap pendistribusian data, terlebih lagi terhadap adanya simpangan multivariate, sehingga perlu dilakukan pengujian ulang terhadap normalitas untuk perbaikan data. Nilai cr berada di kisaran $\pm 2,58$. Nilai cr pada multivariate sebesar 3,339 berada pada antara dirange $\pm 2,58$ dimana artinya data terdistribusi normal, sehingga pada model penelitian ini bisa digunakan *Structural Equation Modelling* (SEM).

Uji Outlier

Uji ini dengan melihat nilai mahalanobis d-squared tertinggi di bawah nilai kritis. Nilai chi-square *degree of freedom* dengan taraf signifikansi 0,001. Total indikator sebanyak 26 indikator pada tingkat $p < 0,001$ dengan menggunakan rumus $X^2 (26:0,001) = 54,052$. Jarak mahalanobis maksimal adalah 41,233 sehingga tidak terdapat *multivariate outliers* dan eksekusi data tidak perlu dilakukan.

Pengujian Validitas Konstruk Full Model

Tabel 2. Hasil Pengujian *Construct Reliability* Dan *Variance Extracted*

Indikator	Std. Loading	Construct Reliability	Variance Extracted
Kepemimpinan Transformatif			
X01	0,688	0,901	0,504
X02	0,651		
X03	0,657		
X04	0,746		
X05	0,744		
X06	0,661		
X07	0,795		
X08	0,658		
X09	0,771		
Entrepreneur Orientation			
X10	0,733	0,857	0,501
X11	0,751		
X12	0,638		
X13	0,702		
X14	0,699		
X15	0,719		
Product Innovation			
Y01	0,718	0,858	0,502
Y02	0,668		
Y03	0,684		
Y04	0,775		
Y05	0,673		
Y06	0,729		
SME's Performance			
Y07	0,709	0,837	0,509
Y08	0,779		
Y09	0,634		
Y10	0,694		
Y11	0,742		

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Nilai reliabilitas keempat variabel lebih besar dari 0.7 dan nilai *variance extracted* untuk semua variabel > 0.5 . Sehingga indikator digunakan sebagai *observed* variabel mampu menjelaskan variabel yang dibentuk.

Pengujian Konfirmatori

Pengujian Konfirmatori Variabel Eksogen dan Endogen

Pada table 3 hasil analisis CFA terdapat 6 idari 15 indikator variabel eksogen tidak dapat digunakan karena nilai loading faktor $< 0,6$. Terdapat 4 dari 11 indikator variabel endogen tidak dapat digunakan karena nilai loading faktor $< 0,6$ yaitu pada indicator Y1_5 dan Y1_6 serta Y2_5.

Tabel 3. Standardized Regression Weights Variabel Eksogen

Variabel	Indikator	Estimate	Std C.R.	S.E.	C.R.	P
Kepemimpinan Transformasional	X1_1	1,000	0,761			
	X1_2	0,756	0,592	0,110	6,882	***
	X1_3	1,046	0,810	0,119	8,826	***
	X1_4	0,908	0,668	0,118	7,703	***
	X1_5	0,421	0,380	0,097	4,341	***
	X1_6	0,317	0,246	0,109	2,915	***
	X1_7	0,067	0,068	0,105	2,636	***
	X1_8	0,299	0,282	0,099	3,028	***
	X1_9	0,446	0,414	0,097	4,612	***
Entrepreneur Orientation	X2_1	1,000	0,611			
	X2_2	1,550	0,863	3,650	***	***
	X2_3	0,614	0,632	3,799	***	***
	X2_4	-0,267	0,045	-1,730	0,084	***
	X2_5	-0,331	-0,173	-2,064	0,039	***
	X2_6	-0,189	-0,032	-1,309	0,191	***
Product Innovation	Y1_1	1,000	0,671			
	Y1_2	6,388	0,501	8,096	0,789	0,430
	Y1_3	11,751	0,827	14,856	0,791	0,429
	Y1_4	9,146	0,612	11,550	0,792	0,428
SME's Performance	Y1_5	2,992	0,161	4,024	0,743	0,457
	Y1_6	0,565	0,006	1,702	0,332	0,740
	Y2_1	1,000	0,656			
	Y2_2	1,635	0,883	0,231	7,090	***
	Y2_3	1,497	0,796	0,219	6,830	***
	Y2_4	,922	0,628	0,154	5,982	***
	Y2_5	1,029	0,585	0,180	5,729	***

Sumber : Data Primer yang diolah (2023)

Pengujian Kelayakan Model

Uji kesesuaian model konfirmatori diuji menggunakan *goodness of fit* yang meliputi *chi square*, probability, GFI, AGFI, TLI, PCFI, CFI, CMIN/DF dan RMSEA.

Tabel 4. Uji Full Model *goodness of fit* SEM

Goodness of fit index	Cut-of-value	Hasil Analisis	Keterangan
Chi Square	kecil ($\alpha = 0,05$ DF = 71)	903,383	Tidak Fit
Significancy Probability	$\geq 0,05$	0,000	Marginal
GFI	$\geq 0,90$	0,679	Marginal
AGFI	$\geq 0,90$	0,615	Tidak Fit
TLI	$\geq 0,90$	0,493	Tidak Fit
CFI	$\geq 0,90$	0,543	Tidak Fit
RMSEA	$\leq 0,08$	0,116	Tidak Fit

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Tabel 5. Uji Full Model *goodness of fit* SEM

Goodness of fit index	Cut-of-value	Hasil Analisis	Keterangan
Chi Square	kecil ($\alpha = 0,05$ DF = 71)	133,268	Fit
Significancy Probability	$\geq 0,05$	0,000	Marginal
GFI	$\geq 0,90$	0,896	Fit
AGFI	$\geq 0,90$	0,846	Fit
TLI	$\geq 0,90$	0,876	Fit
CFI	$\geq 0,90$	0,903	Fit
RMSEA	$\leq 0,08$	0,075	Fit

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Uji kesesuaian model dinyatakan memiliki nilai marginal mendekati model fit dan memiliki nilai fit. Sehingga struktur analisis modelling dapat dilakukan.

Analisis Squared Multiple Correlation

Nilai *square multiple correlation* 51,1% dari variabel nilai *product innovation* ditentukan oleh variabel kepemimpinan transformasional dan *entrepreneur orientation* sedangkan sisanya yaitu sebesar 48,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai *square multiple correlation* mengindikasikan bahwa 59,6% dari nilai SME's Performance ditentukan oleh variabel kepemimpinan transformasional dan *entrepreneur orientation* sedangkan sisanya yaitu sebesar 40,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

Signifikansi yaitu 0,05, apabila P-value lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis diterima. Dan nilai CR $\geq 1,96$. Hipotesis dinyatakan diterima jika nilai prob (P) $< 0,05$. Hasil uji hipotesis dapat dilihat dari tabel 6 berikut.

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis

No	Hipotesis	P	Batasan	CR	Batasan	Keterangan
1	Pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap SME's Performance	0,000	$< 0,05$	3,362	$\geq 1,96$	positif dan signifikan
2	Pengaruh <i>entrepreneur orientation</i> terhadap SME's Performance	0,022	$< 0,05$	2,683	$\geq 1,96$	positif dan signifikan
3	Pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap Product Innovation	0,654	$< 0,05$	0,448	$\geq 1,96$	positif tidak signifikan
4	Pengaruh <i>entrepreneur orientation</i> terhadap <i>product innovation</i>	0,639	$< 0,05$	0,469	$\geq 1,96$	positif tidak signifikan
5	Pengaruh <i>product innovation</i> terhadap SME's Performance	0,047	$< 0,05$	2,458	$\geq 1,96$	positif dan signifikan

Sumber : Data primer yang diolah (2023)

Pengujian Hipotesis 1

Hasil olah data nilai CR $3,362 \geq 1,96$ dan P (*probability*) $0,000 < 0,05$. Nilai CR (*critical ratio*) $> 1,96$ dan P (*probability*) $< 0,05$ sehingga hipotesis 1 pada penelitian ini **diterima**. Artinya ada pengaruh positif dan signifikan dari kepemimpinan transformasional terhadap *SME's Performance*, sehingga semakin baik kepemimpinan transformasional maka semakin baik pula *SME's Performance*.

Pengujian Hipotesis 2

Hasil olah data nilai CR $2,683 \geq 1,96$ dan P (*probability*) $0,022 < 0,05$. Nilai CR (*critical ratio*) $> 1,96$ dan P (*probability*) $< 0,05$ sehingga hipotesis 2 pada penelitian ini **diterima**. Artinya ada pengaruh positif dan signifikan dari *entrepreneur orientation* terhadap *SME's Performance*, sehingga semakin baik *entrepreneur orientation* maka semakin baik pula *SME's Performance*.

Pengujian Hipotesis 3

Hasil olah data nilai CR $0,448 \leq 1,96$ dan P (*probability*) $0,654 > 0,05$. Nilai CR (*critical ratio*) $< 1,96$ dan P (*probability*) $> 0,05$ sehingga hipotesis 3 pada penelitian ini **ditolak**. Artinya ada pengaruh positif namun tidak signifikan dari kepemimpinan transformasional terhadap *product innovation*.

Pengujian Hipotesis 4

Hasil olah data nilai CR $0,469 \leq 1,96$ dan P (*probability*) $0,639 > 0,05$. Nilai CR (*critical ratio*) $< 1,96$ dan P (*probability*) $> 0,05$ sehingga hipotesis 4 pada penelitian ini **ditolak**. Artinya ada pengaruh positif namun tidak signifikan dari *entrepreneur orientation* terhadap *product innovation*.

Pengujian Hipotesis 5

Hasil olah data nilai CR $2,458 \geq 1,96$ dan P (*probability*) $0,047 < 0,05$. Nilai CR (*critical ratio*) $> 1,96$ dan P (*probability*) $< 0,05$ sehingga hipotesis 5 pada penelitian ini dapat **diterima**. Artinya ada pengaruh positif dan signifikan dari *product innovation* terhadap *SME's Performance*, artinya semakin meningkat *product innovation* maka semakin baik *SME's Performance*.

Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total

Kepemimpinan Transformasional berpengaruh langsung pada variabel *product innovation* sebesar 0,115 dan memiliki pengaruh langsung terhadap variabel *SME's Performance* sebesar 0,290. *Entrepreneur orientation* memiliki pengaruh langsung terhadap variabel *Product Innovation* sebesar 0,227 dan memiliki pengaruh langsung terhadap variabel *SME's Performance* sebesar 0,106. *Product innovation* memiliki pengaruh langsung terhadap variabel *SME's Performance* sebesar 0,114. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kepemimpinan transformasional memiliki pengaruh langsung terbesar terhadap *SME's Performance*, artinya kepemimpinan transformasional memberikan kontribusi yang besar dalam mempengaruhi kinerja UMKM di Kabupaten Kudus.

Pembahasan

Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap *SME's Performance*

Hipotesis yang diajukan terbukti, artinya semakin baik kepemimpinan transformasional yang dilakukan oleh para pemilik UMKM Kuliner di Kudus maka semakin tinggi pula kinerja UMKMnya. Hal – hal yang dilakukan oleh pemilik UMKM terkait pemberian motivasi terhadap karyawannya, memberikan inspirasi terhadap para karyawannya, adanya visi dan misi yang jelas untuk di ikuti, mau mendengarkan hambatan yang ditemui karyawan pada saat bekerja dan semaksimal mungkin mau berusaha mengembangkan diri para karyawan bila dilaksanakan dengan baik oleh pemilik UMKM maka akan dapat meningkatkan kinerja UMKMnya. Konseptualisasi dari kepemimpinan ini menunjukkan bahwa pemimpin transformasional secara langsung dapat memengaruhi kinerja organisasi dalam hal ini adalah UMKM. Kepemimpinan transformasional adalah penentu penting kinerja perusahaan (Tamengkel & Rumawas, 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Donova et al., (2019) menyatakan bahwa pengetahuan dan pemahaman tentang kepemimpinan terhadap *business performance* UMKM di sektor kuliner memiliki pengaruh yang signifikan. Penelitian ini juga mendukung hasil penelitian terdahulu oleh Louis Hans Joshua & Tjakrawala, (2022) yang menyatakan bahwa *transformational leadership* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *SMEs performance*. Kemudian penelitian lain oleh Agustin, (2020) yang menyatakan bahwa kepemimpinan transformasional berpengaruh positif dan signifikan untuk mempengaruhi kinerja UMKM.

Pengaruh *Entrepreneur Orientation* Terhadap *SME's Performance*

Hipotesis yang diajukan terbukti, artinya semakin tinggi derajat *entrepreneur orientation* yang di aplikasikan pada UMKM Kuliner di Kudus maka semakin tinggi pula kinerja UMKM atau *SME's Performance*. Dengan kata lain, orientasi kewirausahaan yang meliputi selalu memperkenalkan produk kuliner yang dijual kepada para konsumen, reaktif terhadap tindakan kompetitor yang tidak sehat, margin yang cukup tinggi dalam penentuan harga yang memang semua dilakukan untuk kemajuan usaha bila dilaksanakan dengan baik di UMKM Kuliner para pemilik usaha ini maka akan dapat meningkatkan *SME's Performance*. Konsep seperti intrapreneurship oleh Antoncic dan Hisrich tahun 2003 telah digunakan untuk menggambarkan kewirausahaan sebagai perilaku organisasi (Akbar & Nefrida, 2021). Orientasi kewirausahaan ditunjukkan oleh sejauh mana para pemilik UMKM ini cenderung mengambil risiko yang terkait dengan bisnis.

Sependapat penelitian yang dilaksanakan oleh Akbar & Adi, (2022) yang menyatakan bahwa *entrepreneur orientation* berpengaruh positif dan signifikan untuk mempengaruhi *SME's Performance*. Begitu pula penelitian yang dilakukan oleh Farhan et al., (2022) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM. Sependapat dengan Sitingjak, (2020) bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap *SME's Performance*.

Pengaruh Kepemimpinan Transformasional terhadap *Product Innovation*

Hipotesis yang diajukan tidak terbukti, dimana semakin baik kepemimpinan transformasional yang dilakukan oleh para pemilik UMKM di Kudus, maka tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *product innovation*. Pemimpin yang memiliki sifat dapat memotivasi para karyawannya ini ternyata tidak cukup signifikan dalam hal inovasi produk pada UMKMnya dikarenakan yang di motivasi hanya karyawannya, tidak dengan memikirkan bagaimana agar karyawan yang termotivasi itu mampu menciptakan inovasi produk UMKM yang semakin beragam. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh (Darma, 2021; Louis Hans Joshua & Tjakrawala, 2022; Malikal Mulki Afdhal & Pradana, 2021) yang menyatakan bahwa kepemimpinan transformasional tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *product innovation*.

Pengaruh *Entrepreneur Orientation* Terhadap *Product Innovation*

Hipotesis yang diajukan tidak terbukti, artinya semakin tinggi *entrepreneur orientation* maka tidak akan mempengaruhi *product innovation*. Orientasi kewirausahaan yang di miliki dan di lakukan oleh para pemilik UMKM ini nyatanya tidak cukup signifikan untuk melakukan inovasi produk. Hal ini dikarenakan orientasi kewirausahaan memiliki scope atau fokus yang terlalu luas, sehingga belum spesifik terhadap inovasi produk yang dilakukan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Bhegawati & Yuliatuti, (2019; dan Kesuma & Istanto, (2021) yang menyatakan bahwa *entrepreneur orientation* tidak berpengaruh signifikan terhadap *product innovation*.

Pengaruh *Product Innovation* Terhadap *SME's Performance*

Hipotesis yang diajukan terbukti, artinya semakin tinggi derajat *product innovation* maka akan semakin tinggi pula *SME's Performance*. Inovasi produk yang dilakukan oleh suatu UMKM Kuliner pada kenyataannya akan mampu meningkatkan kinerja UMKM nya pula. Hal ini dikarenakan, dengan inovasi produk yang semakin beragam dan memiliki ciri khas atau keunikan maka daya Tarik konsumen kepada UMKM akan meningkat. Sehingga inilah

yang akan meningkatkan kinerja UMKM secara keseluruhannya mulai dari para karyawannya bahkan hingga ke profit nya. Sependapat dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Moy et al., (2020); Nuryakin, (2022); dan Prakasa et al., (2022) yang menyatakan bahwa *product innovation* ada pengaruh positif dan signifikan pada SME's Performance

Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan *Entrepreneur Orientation* Terhadap SME's Performance Melalui *Product Innovation*

Variabel kepemimpinan tranformasional mempunyai pengaruh tidak langsung terhadap variabel *product innovation* sebesar 0,080. Kemudian variable kepemimpinan transformasional juga memiliki pengaruh tidak langsung pada SME's Performance sebesar 0,179. Sedangkan *entrepreneur orientation* memiliki pengaruh tidak langsung pada variabel *product innovation* sebesar 0,102, kemudian *variable entrepreneur orientation* juga memiliki pengaruh tidak langsung terhadap SME's Performance sebesar 0,086. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kepemimpinan transformasional memiliki pengaruh tidak langsung terbesar terhadap SME's Performance. Hal ini berarti pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap SME's Performance mampu di mediasi secara parsial oleh variabel *Product innovation*. Kemudian pengaruh variabel *entrepreneur orientation* terhadap SME's Performance juga mampu di mediasi secara parsial oleh *variable Product Innovation*.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan transformasional memiliki pengaruh positif dan signifikan pada SME's Performance yang artinya pada saat kepemimpinan transformasional bagus maka SME's Performance pada UMKM Kuliner di Kudus juga akan meningkat. *Entrepreneur Orientation* memiliki pengaruh positif dan signifikan pada SME's Performance berarti penerapan *entrepreneur orientation* bagus, maka SME's Performance pada UMKM Kuliner di Kudus akan menjadi meningkat. Kepemimpinan transformasional memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *product innovation* bahwa pada saat kepemimpinan transformasional bagus, maka tidak signifikan mempengaruhi *product innovation*. *Entrepreneur Orientation* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *product innovation*. Pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa ketika *entrepreneur orientation* meningkat, maka tidak signifikan mempengaruhi tingkat *product innovation*. Sedangkan *Product Innovation* memiliki pengaruh positif dan signifikan pada SME's Performance, artinya pada saat *product innovation* meningkat, maka SME's Performance pada UMKM Kuliner di Kudus juga akan mengalami peningkatan pula.

Saran

Setelah melakukan penelitian pada UMKM Kuliner di Kabupaten Kudus, ada hal yang masih menjadi hambatan yaitu penelitian ini merupakan verifikasi dari hipotesis yang hanya dengan survei dalam bentuk kuesioner. Sehingga hanya menyediakan data *cross-sectional* jadi belum bisa di eksplor terkait dinamika perubahan dari kepemimpinan transformasional, *entrepreneur orientation*, *product innovation* dan SME's Performance dalam berbagai tahap.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D. S. (2020). Analisis Pengaruh Budaya Organisasi, Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Umkm Dengan Motivasi Kerja Sebagai Variabel Intervening. *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(1), 8–18. <https://doi.org/10.38076/idejeb.v1i1.4>
- Akbar, Y. R., & Adi, R. P. (2022). Moderating Effect of Government Regulations on the Effect of Entrepreneurship Orientation on the Performance of Micro, Small and Medium Enterprises. *Jurnal Ilmiah Akutansi*, 6(1), 578–586.
- Akbar, Y. R., & Nefrida. (2021). The role of the government in strategic management and orientation of entrepreneurship to small medium enterprise business performance. *Asian Journal of Advances in Research*, 6(3), 27–36.
- Aliedan, M. M., Elshaer, I. A., Alyahya, M. A., & Sobaih, A. E. E. (2022). Influences of University Education Support on Entrepreneurship Orientation and Entrepreneurship Intention: Application of Theory of Planned Behavior. *Sustainability (Switzerland)*, 14(20). <https://doi.org/10.3390/su142013097>
- Arifin, Y. R., Utomo, P., & Kembaren, J. (2021). The Role of Information Literacy as Moderation Between Entrepreneurial Orientation and Innovation Performance. *Conference Series*, 3(2), 339–351. <https://doi.org/10.34306/conferenceseries.v3i2.601>

- Bhegawati, D. A. S., & Yulastuti, I. A. N. (2019). Effect of Product Innovation and Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage in the Coconut Shell Craft Industry in Karangasem Regency. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 71. <https://doi.org/10.38043/jimb.v4i1.2153>
- Boldureanu, G., Ionescu, A. M., Bercu, A. M., Bedrule-Grigoruță, M. V., & Boldureanu, D. (2020). Entrepreneurship education through successful entrepreneurial models in higher education institutions. *Sustainability (Switzerland)*, 12(3), 1–33. <https://doi.org/10.3390/su12031267>
- Darma, A. G. (2021). Analisis Pengaruh Transformational Leadership Terhadap Competitive Advantage Melalui Product Innovation Performance Sebagai Variabel Mediating Pada UMKM Dalam Platform E- Commerce. *Publication Petra Christian University*.
- Donova, A., Widjaja, O. H., Budiono, H., & The, L. (2019). PENGARUH KEPEMIMPINAN DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP BUSINESS PERFORMANCE Albet. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 3(2), 91–116.
- Farhan, M. T., Eryanto, H., & Saptono, A. (2022). Pengaruh Literasi Digital Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Umkm. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(6), 35–48. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i6.265>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (Edisi 5). Universitas Diponegoro Press.
- Hengky Latan. (2013). *Model Persamaan Struktural: Teori Implementasi Amos 21.0*. Alfabeta.
- Jannah Miftakhul, Irawati Anugrahini S, & Purnomo Hadi. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Umkm Batik Gedog Khas Tuban. *Eco Entrepreneurship*, 5(1 Juni 2019), 33–48.
- Kesuma, D., & Istanto, Y. (2021). Pengaruh entrepreneurial orientation, market orientation dan innovation product terhadap market performance saat pandemi covid-19. *KINERJA (Jurnal Ekonomi & Manajemen)*, 18(2), 239–247. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>
- Lewaherilla, N. C., Pentury, G. M., & Sijabat, A. (2022). Pengembangan Kemampuan Manajerial Dan Profesionalisme Dalam Pengelolaan Usaha Kecil Di Desa Wisata Sawai Kabupaten Maluku Tengah. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 584–588. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i2.4444>
- Louis Hans Joshua, & Tjakrawala, K. (2022). Pengaruh Transformational Leadership, Entrepreneur Orientation, Dan Innovation Terhadap Sme's Performance. *Jurnal Ekonomi*, 27(03), 379–401. <https://doi.org/10.24912/je.v27i03.882>
- LPPI, B. I. (2022). *Business Profile Micro, Small, and Medium Enterprise (MSMEs) Jakarta*.
- Malikal Mulki Afdhal, & Pradana, H. A. (2021). Kepemimpinan Transformasional terhadap Inovasi Produk dan Inovasi Proses: Peran Pemeditasi Berbagi Pengetahuan. 10(4), 213–220.
- Maziti, L., Chinyamurindi, W., & Marange, C. (2018). The relationship between strategic leadership, innovation performance and competitive advantage amongst a sample of small businesses in South Africa. *Journal of Contemporary Management DHET*, 15(September), 368–394.
- Mohammad, I. N., Massie, J. D. D., & Tumewu, F. J. (2019). THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND INNOVATION CAPABILITY TOWARDS FIRM PERFORMANCE IN SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (Case Study: Grilled Restaurants in Manado). *The Effect... 1 Jurnal EMBA*, 7(1), 1–10.
- Mostaghel, R., Oghazi, P., Patel, P. C., Parida, V., & Hultman, M. (2019). Marketing and supply chain coordination and intelligence quality: A product innovation performance perspective. *Journal of Business Research*, 101, 597–606. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.058>
- Moy, M. M., Cahyadi, E. R., & Anggraeni, E. (2020). The Impact of Social Media on Knowledge Creation, Innovation, and Performance in Small and Medium Enterprises. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 6(1), 23–31. <https://doi.org/10.17358/ijbe.6.1.23>
- Noor Kurniyati, N. (2018). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Terhadap Perilaku Inovatif Karyawan Dan Kinerja Umkm Kecamatan Kraton Yogyakarta. *Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1). <https://doi.org/10.51277/keb.v13i1.21>
- Nuryakin, N. (2022). Green Product Innovation, Green Process Innovation, and its Impact on Green Performance of Batik SMEs. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1–8. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.18132>
- Prakasa, Y., Sujoko, A., Aziz, N. A., & Muttaqin, A. (2022). Absorptive Capacity and Innovation Capability:

- Assessing the Impact on Smes Performance in the New Normal Era. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 11(3), 325. <https://doi.org/10.26418/jebik.v11i3.57368>
- Pramesti, N. M. V., & Giantari, I. G. A. K. (2016). Peran Orientasi Pasar Memediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM Industri Kerajinan Endek. *Journal of Marketing*, 54(4), 20–35.
- Sitinjak, I. (2020). Pengaruh Entrepreneurial Orientation dan Task Environment terhadap Kinerja UMKM Kota Medan. *Journal of Economics and Business*, 1(2), 30–44. <https://doi.org/10.36655/jeb.v1i2.202>
- Stahl, M., Zarco-jasso, H., & Miralles, F. (2023). How can innovation intermediaries enable product innovativeness in startups? A configurational approach. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(1), 100007. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.02.004>
- Tamengkel, L., & Rumawas, W. (2022). Pengaruh Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kinerja dan Keinginan Keluar Karyawan: Peran Komitmen Organisasional Sebagai Mediator. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 12(1), 2338–9605.
- UKM, D. K. dan. (2022). *Data UMKM Per Kab/Kota*. Dinas Koperasi Dan UKM Provinsi Jawa Tengah.
- Walenta, A. S. (2019). Pengaruh Modal Sosial Terhadap Peningkatan Kinerja Pada UMKM Rumah Makan di Kota Tentena Kabupaten Poso. *Pinisi Business Administration Review*, 1(2), 125–136. <http://ojs.unm.ac.id/index.php/pbar/index>
- Wang, X., Zhou, K., & Liu, W. (2018). Value congruence: A study of green transformational leadership and employee green behavior. *Frontiers in Psychology*, 9(OCT), 1–8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01946>